

# 曝光率营销之 增加**消费频率**策略

43种策略总有一种适合你



内部绝密

## 目录

1. 个性化的服务
2. 超越各户的期望
3. 坚持兑现承诺
4. 定期保持联系
5. 向你的各户介绍全部产品
6. 增加业务范围
7. 淘汰一些产品或升级产品
8. 保留库存
9. 售后服务合同
10. 使用优惠卡或贵宾卡
11. 收集数据库
12. 预售或预付
13. 定时销售
14. 购买计划
15. 为下一次购买报价
16. 提醒系统
17. 接受换购
18. 记录信用度
19. 锁定回头客
20. 确认购买
21. 建议新的使用方法

22. 节日卡片
23. 邮寄提议
24. 跟进再跟进
25. 电话营销
26. 竞赛活动
27. 老客户聚会
28. 内部封闭销售
29. 传真销售
30. 已命名的促销礼物
31. 发布会
32. 免费升级
33. 社交活动
34. 使用标签
35. 邮寄目录
36. 合作促销
37. 出售数据库
38. 清理你的数据库
39. 完善客户数据
40. 免费试用
41. 团队分享
42. 提供给客户股份
43. 销售消耗品

赚第1桶金

## 一、 个性化服务。

1. 了解客户的兴趣。
2. 尽可能地使用客户名字。
3. 确定他们是否结婚，他们的孩子的名字，然后尽可能地为他们的家庭做些事情。
4. 不要把任何人，任何事当做理所当然。

## 二、 超越客户的期望。

1. 做的一定要比承诺的多。
2. 保留一些特别的東西，这样你就可以给他们一个惊喜。
3. 记住，小事情可以带来大的影响。

## 三、 坚持兑现承诺

1. 不管你跟他们做了多久的交易，每次都好好的对他们。
2. 人们得到越好服务，就越期待更好的服务。
3. 记住，你要做到像上次一样好。

## 四、 定期保持联系

1. 每六个星期联系一次，或者每个季度联系一次。
2. 使你的通信充满惊喜。
3. 包括特殊报价。

## 五、 向你的客户介绍全部产品

1. 一旦你取得了他们的依赖，利用信赖感向他们介绍其他新产品。
2. 他们从你这里购买的产品越多，他们再次回来购买的几率就越大。

## 六. 增加业务范围

- 1.可以寻找一些产品，补充你现存的产品范围.
- 2.告诉你所有的客户关于你现在新增的产品.
- 3.也不要忘记提醒他们你原有的产品.

## 七. 淘汰一些产品或升级产品

- 1.不断创新改良和升级
- 2.介绍新的版本为什么优越旧的版本.
- 3.要学会放弃，自己淘汰自己.

## 八. 保留库存

- 1.预测突然的需求上升，然后相应地准备库存.
- 2.假如你资金紧张，那么看看是否可以委托其他商家.
- 3.确保你销售的产品可以获得更多的库存.

## 九. 售后服务合同

- 1.把公司的实力或信誉要展现给客户，让客户 100%的信赖你的公司
- 2.把售前，售后服务做好.

## 十. 使用优惠卡或者贵宾卡

- 1.提议要吸引人，人们才愿意办卡.
- 2.经常提醒人们，他们已经消费了几次，马上可以获得某个特别优惠或大奖.
- 3.由于他们很容易把卡丢掉，你要保留所有记录.

## 十一. 收集数据库

1. 定位准你的客户
2. 提供奖励，要很容易的让客户加入进来.

3. 假如人们没有告诉你他们的名字，不要强迫他。

## 十二. 预售或预付

1. 为人们提供更多交易的动机，及行动的理由。
2. 尝试把产品捆绑在一起，这样就可以整套卖了。

## 十三. 定时销售

1. 确保他们很清楚这个安排，因此他们不会怀疑。
2. 要监视客户的满意度。
3. 每次你都看看是否能使用这个计划，持续定时销售。

## 十四. 购买计划

1. 当升级的时候，安排打电话跟踪。
2. 从打电话到跟踪，保持联系，因此没有人可以抢走你的市场。

## 十五. 为下一次购买报价

1. 确保你可以负担得起这个优惠活动。
2. 这个只在卖得特别慢的时候运用。
3. 你不需要给特别大的礼物或者大打折扣，只要有礼物就可以。

## 十六. 提醒系统

1. 把客户生活里特别日子列一个清单，因此你可以发送特别提醒。
2. 这个提醒最好采用打电话的方式，因为这样可以更好地让顾客采取行动。
3. 尝试让每个提醒都个性化。
4. 你应该包含，”假如我没有听到你的回复，我将在两天之内打

电话给你。”这样你可以再次打电话给他。

## 十七. 接受换购

1. 确保你能销售或者利用回收的旧产品.
2. 把它当作你公司的一个卖点来宣传.

## 十八. 记录信用度

1. 对客户的支付能力有信心.
2. 寄邮件的时候，或者做服务的时候告知他们一些非常棒的产品，这些产品正好在他们承担得起的范围内销售.
3. 用打电话的方式去通知，提供一个特别的动机，要求快速行动.

## 十九. 锁定回头客

1. 要知道准客户会比其他一般客户要好很多.
2. 制定一套刺激客户回头购买的系统.

## 二十. 确认购买

1. 不断巧妙地告诉客户，“你做了一件正确的事”
2. 尽可能多地利用顾客的推荐.
3. 简单的感谢卡也是一个好的开始.

## 二十一. 建议新的使用方法

1. 寻找新的，有创意的产品使用方法.
2. 通过定期的联系传播这些想法.

## 二十二. 节日卡片

1. 详细记录你的客户数据，这样你就知道什么时候是客户最重要的时刻.

2. 千万不要低估一张简单的生日卡带来的建立关系的力量.

### 二十三. 邮寄提议

1. 要经常邮寄，形成一种习惯.
2. 记得呼吁行动.
3. 要有新意，让客户耳目一新.

### 二十四. 跟进再跟进

1. 千万还要懈怠，要不停的跟踪.
2. 尝试使每次联系都与众不同.
3. 重要的是，你需要知道什么时候停止

### 二十五. 电话营销

1. 确保一个时常好的销售话术，准备回答所有疑问.
2. 找个好理由打电话，然后转移到销售上.
3. 为主营产品提供一个合适的价格.

### 二十六. 竞赛活动

1. 提供好的奖品
2. 让人们觉得获胜的机会非常大
3. 呼吁行动.

### 二十七. 老客户聚会

1. 把聚会当作是一个销售的机会
2. 让人们觉得他们是少数被你挑选出来受邀请的那部分人.
3. 确认聚会的时间，让客户方便参加.
4. 给所有参加人员一份特殊的礼物.



5. 聚会活动要有趣，不能为了销售而销售。

## 二十八. 内部封闭销售

1. 使它具有排外性：这样人们一定会对它感兴趣。
2. 确保销售的产品真的很特别
3. 给他们额外的邀请函，可以携带其他朋友。

## 二十九. 传真销售

1. 利用好广告语，说明产品的好处。
2. 保持传真的简洁。
3. 使用朗朗上口的标题。
4. 呼吁行动。

## 三十. 已命名的促销礼物

1. 产品需要耐用，品质高
2. 越个性化，越好

## 三十一. 发布会

1. 使它听起来令人兴奋：“第一时间”。
2. 给予那些参加的人礼物或折扣。
3. 让人们填写回馈表
4. 讲演者的表达陈述一定要有趣，有吸引力，这是成功的关键。
5. 把发布会变成一个新闻，传播出去，让更多人知道。

## 三十二. 免费升级

1. 提供一些物价，鼓励人们大量购买或者购买套餐产品。
2. 从长远考虑，可以牺牲一点利润以确保客户以后回来。

### 三十三. 社交活动

1. 与你的客户做朋友.
2. 远离生意场所，去比较私人的地方.
3. 发现他们想要做什么，然后组织这样的活动，比如郊游，旅游等等.
4. 尽可能多地倾听，因为这样会让他们喜欢.
5. 邀请他们到你家里是一个非常好的接触机会.

### 三十四. 使用标签

1. 用简单的语言解释你是做什么的.
2. 确保人们觉得任何时候都可以给你打电话.
3. 使用鲜艳的色彩和容易阅读的字体.
4. 包含人们可以联系到你的任何方式.

### 三十五. 邮寄目录

1. 对于多次购买者提供足够多的奖金券或采用特别优惠的形式.
2. 订单表要易填写.
3. 要接受所有的支付方式.
4. 假如人们没有回复，可以通过电话跟踪.
5. 将特惠交易跟呼吁行动联系在一起.

### 三十六. 合作促销

1. 寻找与你的产品有协助作用的产品.
2. 确保你跟有声望公司交易.
3. 不断地确保产品的质量.

### 三十七. 出售数据库

1. 彻底地核查使用你数据库的公司.
2. 确保他们提供高质量, 有价值的产品.
3. 核查一下他们发送出去的是什么文本, 看起来是否专业?
4. 千万不要过度采用这个策略, 否则人将失去所有客户对你的信赖.

### 三十八. 清理你的数据库

1. 把它作为重新建立关系的机会.
2. 使用一个非常好的销售脚本.
3. 不要浪费这个电话, 假如他们现在购买某个产品, 给他们一个优惠.

### 三十九. 完善客户数据

1. 获得有价值信息的唯一方式就是索要.
2. 以邮寄的形式寄送礼物, 可以让他们告诉你更多关于他们自己的信息.
3. 让他们感觉到, 你这么做是为了更好的帮助他们.

### 四十. 免费试用

1. 确保他们知道如何挑选了最好的产品
2. 在到期之前告诉他们, 继续保留他会便宜百分之二十.
3. 在试用期间保持联系, 确保产品在使用, 没有被收起来.

### 四十一. 团队分享

1. 鼓励团队的回馈.

2. 让每个人分享起作用的和不起作用的方式.
3. 鼓励你的销售队员参加课程和研讨会增加他们的知识，千万不要害怕付费.

## 四十二. 提供给客户股份

1. 确保客户有足够的潜力.
2. 确保你的目标和入股相协调.
3. 获得专业的建议，避免任何风险.

## 四十三. 销售消耗品

1. 为你自己的完美服务做广告.
2. 保证你的消耗品和主要产品不冲突.
3. 当客户购买主产品的时候，搭配销售消耗品.

扫描二维码

获得更多营销资讯

